Kritische Politische Ökonomie

Sebastian Sevignani

Inhalt

Zusammenfassung

Der Beitrag führt in die wichtigsten Traditionslinien und Debatten der Kritischen Politischen Ökonomie der Medien und der Kommunikation ein. Die Erklärungskraft und Aktualität des Ansatzes zeigt sich, trotz teilweise prekärer Reproduktion an den Hochschulen, nicht zu letzt unter den Bedingungen eines informationellen Kapitalismus. Ausgehend von einer systematischen Bestimmung von Medien und Kommunikation im widersprüchlichen und krisenhaften Prozess der Kapitalakkumulation, werden vier grundlegende Blickwinkel auf Medien und Kommunikation (als Waren, als ideologische Mächte, in Bezug auf Medienrezeption und als alternative Medien) integrativ diskutiert.

S. Sevignani (✉)
Universität Jena, Jena, Deutschland
E-Mail: sebastian.sevignani@uni-jena.de

J. Krone und T. Pellegrini (Hrsg.), *Handbuch Medienökonomie*, Springer NachschlageWissen, DOI 10.1007/978-3-658-09632-8_3-1

Schlüsselwörter
(Informationeller) Kapitalismus • Ausbeutung • Medien als Waren • Ideologie • Alternative Medien

1 Das Erkenntnisinteresse einer kritischen politischen Ökonomie der Medien und der Kommunikation

Eine kritische polit-ökonomische Perspektive auf (neue) Medien und (digitale) Kommunikation (KPOeMK) analysiert deren Rolle und Funktionen im Kontext kapitalistischer Vergesellschaftung. Ihr Gegenstand ist die „Analyse und Kritik der gesellschaftlichen Voraussetzungen und Strukturbedingungen kapitalistischer Produktionsweise und damit [. . .] deren Funktionsweise und Dynamik" (Knoche 2001, S. 180). Ihr Erkenntnisinteresse ist also ein, über die Disziplin „Medienökonomie" hinausreichendes, gesellschaftstheoretisches und bezieht eine grundlegende Verhältnisbestimmung von Ökonomie, Politik und Kultur mit ein. Ausgehend von der Marx'schen Theorie und deren vielfältigen Weiterentwicklungen kann der Kapitalismus grundlegend als zweifaches soziales Verhältnis der Ausbeutung und der Entfremdung verstanden und problematisiert werden. Zum einen eignen sich gesellschaftliche Gruppen die Ergebnisse der Arbeit anderer gesellschaftlicher Gruppen an und treten so in ein Klassenverhältnis zu ihnen, welches auf der Ausbeutung von Arbeitskraft und der privaten Aneignung und Konzentration gesellschaftlichen Reichtums beruht. Zum anderen findet Ausbeutung im Kapitalismus in spezifischer Form, nämlich vermittelt über Marktfreiheiten, Warentausch und Geld, statt. Das Tauschverhältnis setzt voraus, dass in einer Gesellschaft privat und arbeitsteilig produziert wird, und die Frage, ob verausgabte Arbeit gesellschaftlich nützlich gewesen ist, kann sich aufgrund fehlender gesellschaftlicher Planung immer erst auf dem Markt, also nach dem Produktionsprozess, entscheiden. Vergesellschaftung findet so hinter dem Rücken der Menschen und indirekt vermittelt über ihre Arbeitsprodukte statt; sie vollzieht sich ungeplant und unbewusst. Ihre Gesellschaftlichkeit tritt den Menschen deshalb verdinglicht als Geld und Kapital entgegen und dies impliziert eine Verselbstständigungsdynamik und strukturelle Krisenanfläligkeit der kapitalistischen Produktionsdynamik, die von Konkurrenz- und Wachstumsimperativen getrieben ist (Krause 2014). In dieser „Macht der Machwerke über die Machenden" (Haug 2005b, S. 161–162.) drückt sich die kapitalistische Vergesellschaftungsform als entfremdete aus.

Der Ansatz der KPOeMK ist aus mehreren Gründen „kritisch" zu nennen (vgl. auch Mosco 2009, S. 88–92; Golding und Murdock 2005). Zunächst wird der Kapitalismus „als *historisch* gewordene, und grundsätzlich *veränderbare* Produktionsweise und Gesellschaftsform gesehen" (Knoche 2001, S. 180). Zweitens kritisiert die KPOeMK Oberflächenphänomene, wie z. B. Ausbeutungs- und Ungerechtigkeitserfahrungen und die wissenschaftlichen Kategorien zu ihrer Erfassung, indem sie sich fragt wie und in welcher gesellschaftlichen Form diese auftreten können. Die Untersuchung hat dabei einen holistischen Anspruch, sie „dechiffriert

zum einen den verborgenen gesellschaftlichen Gehalt von Kategorien und ist eben dadurch zum anderen in der Lage, ihren historischen und vergänglichen Charakter aufzuweisen“ (Kößler und Wienold 2012, S. 54). Drittens, verbindet die KPOeMK die historische und formanalytische Erklärung der Rolle und Funktion von Medien bzw. Kommunikation im Kapitalismus mit wertenden Beschreibungen der Auswirkungen, die die untersuchten Phänomene auf die Menschen haben. Maßstäbe der Kritik werden dabei grundsätzlich dem Gegenstand der Untersuchung entnommen und nicht von außen an ihn herangetragen. Dazu gibt es unterschiedliche Kritikmodi (Lindner 2013), auf die oft in Kombination zurückgegriffen wird. Es kann an aktuell existierende und anerkannte Normen, wie z. B. der Gleichheit (des Zugangs zu Medien) und (Meinungs-)Freiheit angeknüpft und der Nachweis geführt werden, dass diese im Kapitalismus nicht oder nur ungenügend realisierbar sind. Oder, auf Basis einer sozio-historisch dynamisierten Konzeption des Wesens der Menschen, als zur Reflexion, Kooperation und körperlicher Entwicklung fähig, kann argumentiert werden, dass die kapitalistische Form der Vergesellschaftung diese Fähigkeiten verstümmelt oder beeinträchtigt. Oder, es wird herausgearbeitet, dass der Kapitalismus Entwicklungstendenzen frei setzt, die seine eigenen Existenzbedingungen untergraben, z. B. wenn der Einsatz von Technik Arbeitskraft überflüssig macht, aber diese die Grundlage für Profite und Wachstum bildet. Kritik ist also nicht nur die Fähigkeit zur Unterscheidung oder etwas an seiner (gesellschaftlichen) Wurzel zu packen, sondern zielt auf die Überwindung des analysierten und problematisierten Zustandes ab. Sie verweist, viertens, auf gesellschaftsverändernde Praxis. Kritisch im Sinn der KPOeMK bedeutet also „soziale Probleme aufzugreifen, zentrale Konflikte ganzheitlich zu thematisieren, empirische Evidenzen zu generieren, Fakten auszuwählen, Theorien zu entwickeln und Alternativen zur gesellschaftlichen Praxis vorzuschlagen und umsetzen zu helfen“ (Meier 2003, S. 226).

2 Die kritische politische Ökonomie der Medien und der Kommunikation als eine ‚vergessene' aber dennoch lebendige Theorietradition

Im englischsprachigen Raum ist eine Abgrenzung zwischen KPOeMK und anderen Spielarten Politischer Ökonomien der Medien eher schwach ausgeprägt (Wasko 2005; Garnham 2011). Obwohl die KPOeMK auch international insgesamt eine eher marginale Tradition ist und auf wenigen Schultern bzw. Köpfen ruht, lässt sich erstens eine Art Hegemonie an Marx anschließender Ansätze, das Feld der Politischen Ökonomie der Kommunikation (Mosco 2009; McChesney 2008; Golding und Murdock 2005) zu definieren, feststellen. Zweitens wird inhaltlich eher auf Gemeinsamkeiten über die Ansätze hinweg fokussiert und diese liegen in einer ausdrücklich sozialwissenschaftlichen Herangehensweise und der Zurückweisung neoklassischer Annahmen und einer reinen Marktorientierung (vgl. Knoche 2002, S. 101; Knoche 2005c, S. 416; Meier 2003, S. 217; Knoche 1999a, S. 9; Kiefer 2001, S. 45). Drittens, kann eine fehlende Differenzierung in kritisch-marxistische und andere politische Ökonomien auch als eine defensive Strategie interpretiert

werden um nicht als zu radikal zu gelten, ausgeschlossen zu werden und so die Weiterentwicklung der KPOeMk nicht zu gefährden.

Im deutschsprachigen Raum konnte die KPOeMK eine solche Rolle nicht erlangen, dafür wurden innerdisziplinäre Abgrenzungen verdeutlicht. Diese werden vor allem in einer nicht konsequenten Abnabelung vom neoklassischen Paradigma, einem fehlenden Bewusstsein für das Zusammenspiel von legitimierender Wirtschaftswissenschaft und kapitalistischer Entwicklung, der Einschätzung des Staates als eines Korrektiv zum kapitalistischen Markt, sowie einer methodischen Beschränkung auf Medien, die auch ohne gesamtgesellschaftliche Veränderungen reformiert werden könnten, gesehen (Knoche 2005c; Knoche 2002). Eine Re-Aktualisierung hat die Diskussion um die disziplinären Grenzen der KPOeMK kürzlich in der ebenso umfassenden, wie teilweise pauschalen Infragestellung ihrer theoretischen Grundlagen und Erkenntnisinteressen durch einen prominenten Vertreter der Disziplin und die darauf folgenden Antworten bzw. Verteidigungen erfahren (Garnham 2011; Garnham und Fuchs 2014).

2.1 Die kritische politische Ökonomie der Medien und der Kommunikation als ‚vergessene' Tradition im deutschen Sprachraum

Die KPOeMK gehört heute im deutschsprachigen Raum zu einer „vergessenen" (Holzer 1994) und in ihrer Reproduktion prekären Theorietradition. Sie entwickelte sich in den 1970er-Jahren im Anschluss an die ideologiekritischen Thesen zur ‚Kulturindustrie' der frühen Frankfurter Schule um Max Horkheimer und Theodor W. Adorno (1947; Steinert 2008). Vier Thesen standen dabei im Mittelpunkt (Ritsert 2002, S. 163–190): Die Kulturindustrie verdoppelt in ihren (Medien-)Produkten, bereits bestehende kapitalistische Ausbeutungs- und Entfremdungserfahrungen. Dabei etabliert sie einen Zirkel zwischen der Manipulation der Menschen und (kommunikativen) Bedürfnissen, die ihrerseits nach manipulativen Angeboten verlangen. Sie stereotypisiert kulturelle Inhalte und führt so schließlich zu einer Entsubjektivierung und damit zum allgemeinen Autonomieverlust der Individuen. Für die KPOeMK ging es zunächst um die Etablierung eines materialistisch-kritischen Fachverständnis in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, samt Reflexionen auf eine dem empirisch-analytischen Mainstream entgegengesetzte kritische Methodologie (Aufermann et al. 1975; Dröge 1972; Knoche 1978), sowie um die grundlagentheoretische Situierung von gesellschaftlicher Kommunikation in einer auf den Arbeitsprozess fokussierenden Theorie des historischen Materialismus (Holzer 1975, 1987, 1994, S. 186–192; Hund 1988; Hund und Kirchhoff-Hund 1982). Dann erfolgten kritische Auseinandersetzungen mit unterschiedlichen Theorien der Massenkommunikation (Holzer 1973, 1994), sowie vielfältige inhaltliche Studien zu verschiedenen Aspekten der Medienproduktion, -rezeption und Medienproduktanalysen (vgl. z. B. die Zusammenstellung samt theoretischer Einführungen in Prokop 1972, 1973, 1977).

Eine Grundlegung und Systematisierung des Ansatzes erfolgte um die Jahrtausendwende v. a. durch die Arbeiten von Horst Holzer (1994) und dann daran

anschließend von Manfred Knoche (2001, 2002). Holzer bezeichnete die Traditionslinie der KPOeMK als zu Unrecht vergessene und aus politischen Gründen übergangene Tradition (Scheu 2012), die trotz einiger theoretischer Leerstellen in der Verhältnisbestimmung von gesellschaftlicher Praxis, Arbeit und Kommunikation, dennoch „würdigen Diskussionsstoff" (Holzer 1994, S. 186) liefern könne. Er betont dabei ein enges Verhältnis zwischen politischer Ökonomie der Massenkommunikation und Sozialpsychologie des Medienpublikums als zentrales Forschungsthema. Manfred Knoche (2002, S.106) beschreibt vier ökonomische und gesellschaftliche (Haupt-)Funktionen, welche die Medienproduktion für Einzelkapitale aber auch für das Gesamtkapital und den kapitalistischen Staat erfüllt: Erstens, die Kapitalverwertungsfunktion für die Medienwirtschaft. Zweitens, die Absatz-, Werbe- und PR-Funktion für die übrige Wirtschaft. Drittens, Funktionen der Legitimations- und Herrschaftssicherung, sowie die Förderung eines allgemeinen Konsumklimas und, viertens, Funktionen der Regeneration und Qualifizierung des Arbeitsvermögens als Basis für die Kapitalverwertung. Vor allem Manfred Knoche, aber auch Dieter Prokop gelten heute als die wichtigsten Vertreter einer KPOeMK. Prokop (2002) legte in jüngerer Zeit wichtige Arbeiten zur veränderten Rolle von Medien in fordistischen, postfordistischen und oligopolistischen Phasen des Kapitalismus, sowie zur Weiterentwicklung der als zu einseitig markierten Annahmen zur Kulturindustrie vor und machte deutlich, dass aufgrund der Widersprüchlichkeit kapitalistischer Gesellschaften auch in den Mainstream-Medien sowohl repressive als auch (prä-)emanzipative Elemente zu entdecken sind (2003; 2005a, b). Knoche präzisierte mit einer Reihe von Arbeiten eine kritische, empirisch fundierte Medienkonzentrationstheorie, die er einer apologetisch-normativen Wettbewerbstheorie ideologiekritisch gegenüberstellt (2005b, 2013b), wobei es ihm generell um die Aufklärung eines interessegeleiteten Zusammenspiels von Medienpolitik und Medienwirtschaft geht (1999). Des Weiteren legt er Studien zum Medienstrukturwandel (2013a) und zur Rolle der Medien in der Produktions- als auch der Zirkulationssphäre des Kapitals vor, die z. B. die bedeutende Funktion von Medientechniken für die Gesamtwirtschaft (2005) diskutiert und eine kritische politische Ökonomie der Werbung grundlegen (2005). Darüber hinaus fragt er in kritischer Weise auch nach alternativen Ansätzen zur kapitalistischen Medienproduktion (vgl. Knoche 2003, 2014). Mit der Emeritierung dieser Vertreter als Hochschulprofessoren ist die institutionelle Reproduktion der skizzierten Theorietradition gefährdet (vgl. Sevignani et al. 2014; Scheu 2012). Internationalisierungsbestrebungen sind aber eine Möglichkeit mit dieser prekären Situation umzugehen.

2.2 Die kritische politische Ökonomie der Medien und der Kommunikation als lebendige Tradition im englischen Sprachraum

Impulse zur Weiterentwicklung erhält die KPOeMK heute daher v. a. aus dem englischen Sprachraum (McChesney 2008; Mosco 2009; Wasko et al. 2011; Artz

et al. 2006; Fuchs 2011, 2015; Winseck und Jin 2011; Wayne 2015; Hardy 2014; Çoban 2015; Fuchs und Mosco 2015a, b). Dort tritt sie in Diskussion mit drei historischen Hauptströmungen kritisch-politökonomischen Nachdenkens über Medien und Kommunikation, die nicht in erster Linie durch die Frankfurter Schule geprägt wurden (Mosco 2009, S. 82–103). Eine nord-amerikanische Tradition entwickelte sich im Anschluss an die dortigen Gründerfiguren Dallas Smythe (2006; vgl. Wasko et al. 1993; Fuchs 2014c) und Herbert Schiller (vgl. Becker 1986; Maxwell 2003). Symthe argumentierte, ähnlich wie später Garnham, gegen einen Fokus auf Ideologieanalysen von Medieninhalten, weil sie letztlich von der Analyse konkreter ausbeuterischer ökonomischer Zusammenhänge ablenkten. Einen solchen, für die werbefinanzierte Werbeindustrie äußert relevanten Zusammenhang benannte er mit der Kommodifizierung des Publikums (Smythe 2006). Arbeitskraft regenerierender Medienkonsum stellt demnach selbst eine produktive Tätigkeit dar, die dadurch ausgebeutet werde, indem die Medienutzungszeit von Medienkonzernen an die Werbeindustrie verkauft werde. Schiller bearbeitete vor allem die Themen des politischen Einfluss von Medienkonglomeraten im Hinblick auf Herrschaftssicherungen, sowie die Rolle von Medien(-technologien) bei der Bearbeitung ökonomischer Krisen und eines „digital divides" für gesellschaftliche Klassenunterschiede. Beide Autoren vereint ein starker Fokus auf Klassenherrschaft und die Auswirkungen eines U.S. amerikanischen Kultur- und Medienimperialismus. Neben dem Einfluss dieser zwei Gründerfiguren lässt sich eine weitere Traditionslinie identifizieren, die von den Arbeiten Edward Hermann's und Noam Chomsky's (2002) über Robert McChesney (Winseck 2011, S. 21–25) reicht. Medial vermittelte Klassenherrschaft wird hier vor allem als Demokratiedefizit und Zurückbleiben hinter allgemein anerkannten Normen problematisiert (McChesney 2013, S. 2, 7–8). Während die nord-amerikanische Tradition weniger konzeptionell, stärker aus politischen Impulsen heraus und mit einer starken empirischen und praktischen Orientierung arbeitete, entwickelte sich in der internationalen KPOeMK auch eine europäische Tradition, der es stärker um den Anschluss an verschiedene (westliche) marxistische Theorieströmungen ging (Mosco 2009, S. 93). Vor allem in den Arbeiten von Nicholas Garnham (1990), Graham Murdock und Peter Golding (1973, 2005) gewinnt die KPOeMK ihre Kontur in Auseinandersetzungen mit den Überlegungen der (frühen) Frankfurter Schule, den Theorien Antonio Gramsci's und Louis Althusser's in der Rezeption durch die britischen Cultural Studies. Schließlich ist eine, dem Kampf für eine neue Weltinformationsordnung verpflichtete Perspektive zu nennen, welche die Interessen der sich entwickelnden Länder gegenüber den medienimperialistischen Tendenzen der großen globalen Machtblöcke vertritt (Nordenstreng und Schiller 1979, 1993; Nordenstreng 2013, 2013b; Mattelart und Sieglaub 1979, 1980; Mattelart 1994). Bei diesem europäischen und dann auch nord-amerikanischen Projekt geht es konzeptionell v. a. um den Anschluss an Imperialismus- und Dependenztheorien, sowie praktisch um das Geltend-Machen von Einfluss im Umfeld der Vereinten Nationen und um den positiven Bezug auf nationale Befreiungsbewegungen, etwa in Lateinamerika.

Disziplinäre Aufgaben für die KPOeMK (vgl. Mosco 2008) sind aktuell neben den konzeptionellen und empirischen Herausforderungen, die die informationelle Phase des Kapitalismus mit sich bringt (siehe unten), vor allem, erstens, ihre

(weitere) Internationalisierung. Dies schließt sowohl eine globale als auch ländervergleichende Perspektive mit ein, sowie die Rezeption und Entwicklung nicht westlicher Theorieansätze. Zweitens, eine verstärkt historische Betrachtung mit dem Ziel Medienentwicklung als Durchsetzung von kommerziellen, aber auch von z. B. gewerkschaftlichen Interessen zu verdeutlichen. Drittens, eine Verlagerung der analytischen Aufmerksamkeit von Kapital, dominanten Konzernen und (Medien-)Eliten hin zu medienpolitischen Widerstand und organisatorischen Alternativen vorzunehmen, z. B. auch unter Berücksichtigung von feministischen Ansätzen (z. B. Jarret 2014; Meehan und Riordan 2001; Sarikakis und Shade 2007). Schließlich müsste auch die praktische und aktivistische Seite kritischer politökonomischer Forschung stärker betont werden (Freedman et al. 2016).

Innerhalb einer von Marx ausgehenden polit-ökonomisch fundierten kritischen Gesellschaftstheorie stellen Medien und Kommunikation noch immer einen relativ blinden Fleck dar. Dies zeigt sich beispielsweise in der Unterrepräsentation dieser Themen auf Konferenzen und in Zeitschriften, die beanspruchen ein solches gesellschaftskritisches Projekt weiterzutreiben. Auf der anderen Seite wurde interessanterweise das Schlüsselthema „Arbeit" als unterbelichteter Gegenstand der KPOeMK identifiziert und in all seinen unterschiedlichen Facetten wiederentdeckt (Mosco und McKercher 2008; Mosco 2011; Fuchs 2014a; Huws 2003, 2014; Dyer-Witheford 1999, 2014; Burston et al 2010; Maxwell 2015; Wimmer und Hartmann 2015). Zusätzlich müssten verstärkt Wissensbestände der Kritik der Politischen Ökonomie, wie z. B. Wert-, Krisen-, Finanzialisierungs-, Konsumptionstheorien, sowie Theorien, die sich mit dem Verhältnis von kapitalistischer und nicht-kapitalistischer Produktionsweise (z. B. Landnahme, Einhegung) beschäftigen, systematisch für die KPOeMK nutzbar gemacht werden. Der kontinuierliche intellektuelle Austausch zwischen der KPOeMK und kritischer Gesellschaftstheorie bleibt auch deshalb eine wichtige Forschungsaufgabe.

Aktuelle Orte der Theoriereproduktion der KPOeMK sind internationale Zeitschriften, wie „The Political Economy of Communication", „TripleC: Capitalism, Communication, and Critique: Journal for a Sustainable Information Society", „Democratic Communique" und „Journal of Peer-Production", sowie organisatorische Zusammenschlüsse, wie das Forschungsnetzwerk zu „Medien- und Kommunikationssoziologie" in der Europäischen Gesellschaft für Soziologie (ESA), sowie die Sektion für „Politische Ökonomie" der Internationalen Gesellschaft für Medien- und Kommunikationsforschung (IAMCR).

3 Die widersprüchliche Reproduktion des Kapitals als Ausgangspunkt der kritischen politischen Ökonomie der Medien und der Kommunikation

Eingangs wurde der Kapitalismus als problematisches Ausbeutungs- und Entfremdungsverhältnis eingeführt. Die Kapitalakkumulation ist der Motor dieser Gesellschaftsform (Harvey 2015) und die primären Forschungsfelder der KPOeMK können entlang ihrer Schematisierung systematisch bestimmt werden (Fuchs 2011,

2015). Medien und Kommunikation werden somit auf ihre Rolle für das Kapital als „sich verwertender Wert" befragt, welcher die gesellschaftlichen Sphären der Zirkulation und der Produktion durchläuft. Konsumption und Produktion werden dabei als untrennbare Bereiche verhandelt, und zwar als produktive Konsumption innerhalb der Produktionssphäre, sowie als ebenfalls für die Kapitalakkumulation produktive individuelle Konsumption zur Reproduktion des Arbeitsvermögens. Die Möglichkeit der unproduktiven, d. h. einer für die Kapitalakkumulation nicht funktionalen Konsumption, wird ebenso wie alternative Produktion- und Zirkulationsformen zunächst ausgeklammert. Das Verwertungsverhältnis impliziert und reproduziert ein basales Klassenverhältnis zwischen den KapitalistInnen einerseits und den LohnarbeiterInnen anderseits.

3.1 Das allgemeine Schema der Kapitalakkumulation als Leitfaden für die kritische politische Ökonomie der Medien und der Kommunikation

Im Anschluss an die drei Bände des Kapitals von Karl Marx (1867, 1885, 1893) kann ein allgemeines Schema der Kapitalakkumulation als Leitfaden für die KPOeMK entwickelt werden. Unter Bedingungen kapitalistischer privat-arbeitsteiliger Produktion wird Geld (G) vom Kapitalisten vorgeschossen um einerseits Produktionsmittel bestehend (Pm) aus Arbeitsgegenstände und Arbeitsinstrumente, sowie Arbeitskraft (Ak) auf Märkten zu kaufen. Die Produktionsmittel werden ihrerseits als Waren produziert und marktförmige Arbeitskräfte werden durch einen politisch-kulturellen Prozess der ‚fiktiven' Kommodifitzierung aus dem menschlichen Arbeitskraftvermögen hergestellt (Polany 2001). Durch individuelle produktive Konsumption (Abteilung II der Reproduktion des Kapitals,) reproduziert sich das Arbeitsvermögen fortlaufend.

Beide Elemente werden im Produktionsprozess (P) kombiniert um eine bestimmte Ware (W′), welche mit Gewinn verkauft werden soll (Realisation), zu produzieren. Gesamtgesellschaftlich ist dieser Gewinn aus Sicht der KPOeMK nur durch von Menschen produzierten Mehrwert möglich, welcher sich aus der Mehrarbeitszeit der nun als variables Kapital(v) eingesetzten Arbeitskraft, d. h. der Zeitspanne, die über die notwendige Zeit für die Produktion der zur Reproduktion der Arbeitskraft notwendigen Lebensmittel hinaus geht, speist. Da und insofern die Produktionsmittel als konstantes Kapitel(c) Produkte menschlicher Arbeit sind, tragen auch sie zum Mehrwert bei, indem sie als zirkulierendes Kapitel(c_{zir}) die in ihnen steckende Arbeitszeit direkt und als fixes Kapital (c_{fix}) allmählich über mehrere Produktionszyklen hinweg, auf das Produkt übertragen. Im Fall, dass die produzierte Ware tatsächlich verkauft werden kann, was unter den Bedingungen privat-arbeitsteiliger Produktion und einer a posteriori Koordinierung von Angebot und kaufkräftiger Nachfrage strukturell unsicher ist, realisiert sich der Mehrwert und es zeigt sich im Verkaufserlös (G′), das die unternommenen Produktionsanstrengungen gesellschaftlich nützlich gewesen sind. Ein Teil der Profite (G_1) steht nun den KapitalistInnen zur Re-Investition bereit, ein anderer Teil (G_2)

kann anderweitig (z. B. als Zins für die unproduktive Konsumption oder als Schatz) verwendet werden.

3.2 Die Rolle von Medien und Kommunikation in der Kapitalakkumulation

Ausgehend von diesem, aus der Marx'schen Kritik der Politischen Ökonomie entnommenen, Schema (Abb. 1) kann die KPOeMK systematisch die Rolle von Medien und Kommunikation im Prozess der Kapitalakkumulation bestimmen und existierende Teilstudien können so in ein größeres Bild integriert werden. Da die Medien- und Kommunikationsindustrie ein Teil des Gesamtwirtschaftprozesses ist, kann dies immer unter zwei Fragestellungen geschehen. Erstens kann die Kapitalakkumulation in der Medienindustrie untersucht werden, welche als erweiterte Medienindustrie (Knoche 1999a) durchaus unterschiedliche Kapitalsorten und ihre potenziell widersprüchliche Interessen integriert. Das Medienkapital im engeren Sinne wird eingesetzt, um mit der Produktion von Nachrichten, Presseerzeugnissen, Rundfunk, Filmen, Videospielen etc. als Waren Profite zu erzielen. Erweiterungen erfährt die Medienindustrie insofern, da andere Industrien mit den verschiedenen Phasen ihres Kapitalakkumulationsprozesses verknüpft sind. Medieninfrastrukturkapital stellt die Übertragung und Verbreitung von Medieninhalten sicher (z. B. Pressevertrieb, Kabel-, Satelliten-, Telefon- und Internetindustrie). Das medienbezogene Kapital stellt die Produktions- und Konsumptionsmittel für die Medienproduktion bereit, wie z. B. die Papier-, Druck(maschinen)-, (Unterhaltungs-)Elektronik- und Computerindustrie und auch die Werbe- und PR-Industrie fällt in diese Kategorie. Schließlich investiert medienfremdes Kapital z. B. aus der Banken- und Finanzindustrie in die Medienindustrie in der Erwartung von über-

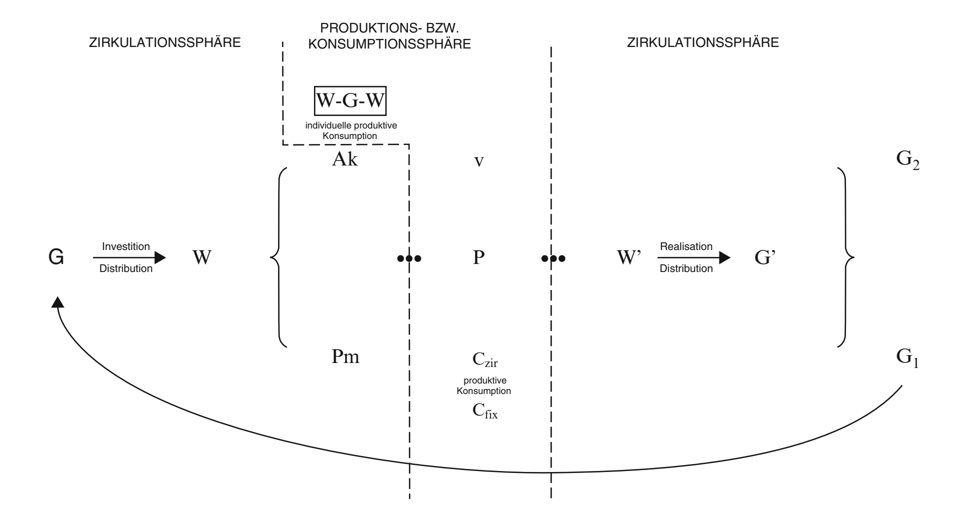


Abb. 1 Schema der Kapitalakkumulation

durchschnittlichen Profiten und/oder zur ideologischen Absicherung der generellen Kapitalakkumulation und nimmt so Einfluss auf gesellschaftliche Kommunikationsprozesse. Wichtig ist es aber nicht nur die Verzahnung der übrigen Industrien mit der Medienindustrie zu analysieren, sondern, zweitens, auch die andere Seite zu betrachten, denn Medien- und Kommunikationswaren werden ebenso in allen übrigen Industrien zur Kapitalakkumulation eingesetzt. Die KPOeMK bearbeitet also spezifisch medienindustrielle, als auch generelle Aspekte der Rolle von Medien und Kommunikation in der Ökonomie.

In der Produktionssphäre (P) tragen Medien- und Kommunikationstechnologien entscheidend zur Koordination von Produktionsabläufen innerhalb von Unternehmen und zur Organisation von globalen Warenketten zwischen Unternehmen bei. Sie sind Mittel der Rationalisierung von Produktionsabläufen. Mit Hilfe von Medientechnologie wird, erstens, Arbeitskraft in allen Industrien überflüssig gemacht, wie z. B. die Tätigkeit der SetzerInnen in der Presseindustrie. Zweitens, wird der Einsatz der Arbeitskraft intensiviert, im medienindustriellen Bereich haben sich z. B. die Output-Erwartungen an JournalistInnen erhöht und die Zeit für Recherche hat sich verknappt. (Journalistische) Arbeit wird, drittens, durch das Verflüssigen der Arbeit-Freizeit-Grenze (mit Emails, Mobiltelefone, Handykameras etc.) auch extensiviert (Gregg 2013).

Es lassen sich anhand der Qualität der Arbeit zwei große Gruppen von Kommunikations- und MedienarbeiterInnen unterscheiden (Huws 2014): ProzessarbeiterInnen folgen in ihrer Arbeit größtenteils vorgegebenen Routinen. Im Journalismus z. B. geht es um die Übernahme oder Modifikation bereits bestehender Nachrichtenagenturmeldung auf ein Online-Nachrichtenportal. Kreativarbeiterinnen produzieren hingegen neues intellektuelles Kapital in Form von Ideen, Programmen oder Designs. Im Journalismus wäre die Arbeit an einem neuen Medienformat ein Fall von kreativer Wissensarbeit. Diese Arbeit geht mit einer hohen Identifizierung mit der Arbeitsaufgabe und dem Medienprodukt einher. Parallel dazu ist sie durch ein widersprüchliches Verhältnis von Kooperation und Konkurrenz bezüglich der Notwendigkeit von geteiltem Wissens und dem Streben nach einem Alleinstellungsmerkmal im Arbeitsfeld gekennzeichnet (Huws 2014). Die erhöhten Anforderungen an die subjektiven Fähigkeiten von MedienarbeiterInnen dürfen nicht mit einer steigenden Autonomie der ArbeiterInnen vom Kapital verwechselt werden (Haug 2004, S. 820; Camfield 2007). Zwar sind z. B. frei schaffende Journalistinnen nicht der direkten Kontrolle eines Arbeitgebers unterworfen, allerdings existieren indirekte und verinnerlichte Formen der Kontrolle, z. B. mittels prekäre Arbeitsbedingungen oder Formen der Anpassung und Selbstzensur (Leidinger 2003).

Die Konzentration und Zentralisation von (erweitertem) Medienkapital (vgl. Knoche 2005b, 2013b; Bagdikian 2004) ist ein klassischer Analysebereich der KPOeMK. Knoche (2005b) argumentiert, dass Medienkonzentration und ihre negativen (demokratietheoretischen) Auswirkungen eine logische Konsequenz kapitalistischer Konkurrenz sind und damit gerade keine als nur zu regulierende Ausnahme darstellen. Medien- und Kommunikationstechnologien tragen in den beschriebenen Rollen natürlich zu einer generellen Konzentration des Kapitals bei.

Im Bereich der Zirkulation des Kapitals wird die Rolle von Medien und Kommunikation hinsichtlich Investitionsentscheidungen, Distributionsprozessen und der Realisation von Profiten (G-W, W′-G′, G-G′) untersucht. Die derzeit hoch profitable Medieninfrastrukturindustrie (Ernst undYoung 2013) spielt für die Verbreitung von Medien(-inhalten) eine bedeutende Rolle. Medien (z. B. Homeshopping Programme) und zunehmend das Internet sind ein Vertriebskanal für fast alle Waren (z. B. Amazon), aber auch die Rolle des Medienjournalismus als Zirkulationsmittel des Medienkapitals wurde untersucht (Knoche 1999b). Der Übergang von Ware in Geld setzt nicht nur voraus, dass Waren den KäuferInnen angeboten und geliefert werden, sondern sie müssen einer Käuferschaft auch bekannt gemacht und von ihr als nützliche Gebrauchswerte erkannt werden. Medien als PR- und Werbeagenten haben deshalb eine Warenabsatzfunktion (Ewen 2001; Haug 2009; Knoche 2005d; Jhally 1990; Wharton 2014) und zielen auf die Verkürzung der Umschlagszeit des Kapitals (Knoche 2002, S. 105–107). Medien, z. B. in der Form von Handelsblättern, Börsen- und Wirtschaftsnachrichten erfüllen Zirkulationsfunktionen für die Gesamtwirtschaft (Marktbeobachtung) und bieten Informationen auf deren Grundlage Investitions- und Kreditentscheidungen getroffen werden können. Zusammenfassend lässt sich sagen, dass, erstens, Medien(-technologien) selbst eine lukrative Kapitalanlagesphäre sind, zweitens, sie die Kapitalakkumulation insgesamt beschleunigen und drittens notwendige Bedingung ihrer globalen Ausweitung sind.

Die Akkumulation benötigt aber auch das Vorhandensein qualifizierter, arbeitswilliger Arbeitskräfte. Medienrezeption spielt einerseits (Abteilung I, individuelle produktive Konsumption) für die Reproduktion- und (De-)Qualifizierung der Arbeitskraft eine wichtige Rolle (Holzer 1973; Knoche 2002, S. 105–107.). Der Konsum von Unterhaltungs- und Informationsmedien trägt durch Entspannung, Identitätsbildung und Wissensaneignung dazu bei, die Ware Arbeitskraft zu reproduzieren bzw. entsprechend unterschiedlicher Erfordernisse zu (de-)qualifizieren. Andererseits sollte aber auch die Rezeption von Medien in einer für die Kapitalakkumulation nicht zu gebrauchenden und daher unproduktiven Konsumption nicht vergessen werden, sowohl im Hinblick auf ihre potenziell ideologischen, d. h. den Akkumulationsprozess legitimierenden, aber selbst nicht unmittelbar ökonomisch funktionellen, als auch im Hinblick auf ihre potenziell über den Kapitalismus hinausweisenden Formen.

3.3 Medien und Kommunikation und die Kapitalakkumulationskrisen

Die Reproduktion des kapitalistischen Ausbeutungs- und Entfremdungsverhältnisses läuft keineswegs reibungslos ab, vielmehr besteht eine strukturelle Krisengefährdung der Kapitalakkumulation (Mandel 1973, S. 149–207; Sablowski 2003; Henning 2005, S. 60–87; Harvey 2015). In der Produktionssphäre führt das auf Mehrwertrealisation beruhende Profitprinzip zu technischen und organisatorischen Veränderungen des Produktionsprozesses um die eingesetzte Arbeit einerseits zu extensivieren und andererseits zu intensivieren. Bei der Extensivierung stößt das

Kapital letztlich auf das Widerstandsvermögen der Arbeitskräfte. Um diese Schranken zu umgehen wird die Arbeit intensiviert, also z. B. produktiver gestaltet oder durch den Einsatz von Maschinerie rationalisiert. Dabei steigt das eingesetzte konstante Kap.(c) und der Anteil an variablem Kap.(v) nimmt ab. Die Tendenz des Überflüssig-Machens von Arbeitskraft im Produktionsprozess betrifft aber genau jenes Element der Kapitalakkumulation, welches die Mehrwertproduktion ermöglicht. Neben solchen produktionsimmanenten Widersprüchen, sind auch Widersprüche zwischen der Produktions- und Zirkulationssphäre als Krisenursache zu nennen. Bereits mit der Existenz des Geldes, also in der zeitlichen und räumlichen Trennung von Produktion und Konsumption, sind potenzielle Krisen angelegt, denn die Verbindung zwischen Angebot und Nachfrage ist unterbrochen. Unterkonsumptions- bzw. Überproduktionskrisen und Disproportionalitätskrisen, zwischen der Produktion von Lebensmitteln und Produktionsmitteln bedeuten, dass sich der eingesetzte Wert samt zugesetztem Mehrwert nicht realisieren lässt. Zudem ist der Zusammenhang zwischen Löhnen (Zirkulationssphäre) und der Kapitalakkumulation (Produktionssphäre) eine mögliche Krisenursache (Profit-Squeeze-Theorien), denn mit zunehmender Akkumulation des Kapitals werden mehr Arbeitskräfte benötigt und es entsteht eine Knappheit am Arbeitsmarkt. Diese kann sich in höheren Löhnen und folglich in steigenden Abzügen von erzielbaren Profiten darstellen, was einen Rückgang der Investitionen und eine stockende Akkumulation zur Folge hat. Dies kann dann zu Arbeitslosigkeit und wieder sinkenden Löhnen führen. Zudem muss die Finanzialisierung der Kapitalakkumulation, die durch das Geld möglich wird, als Krisenursache berücksichtigt werden. Ohne Kredite bleibt die Elastizität des Akkumulationsprozesses letztlich unverständlich. Geld kann gewissermaßen aus dem Nichts geschaffen werden und muss nicht bereits erwirtschaftet sein. Finanzialisierungsprozesse ermöglichen zum einen krisenhafte Kettenreaktionen, denn die Zahlungsfähigkeit eines Schuldners betrifft auch seine Gläubiger. Zum anderen treibt die Möglichkeit eines Einkommens aus Zinserträgen unter Umgehung des Produktionsprozesses (G-G′), die Profiterwartungen auch für das produzierende Kapital an und verschärft so dessen Widersprüchlichkeit und Krisendisposition.

Knoche (2005a, S. 52–57) beschreibt den Zusammenhang von Kapitalakkumulation, erneuten Investitionszwang und Produktionsinnovationszwang als Ursache von Verwertungskrisen des Kapitals durch Überakkumulation, –Überkapazitäten und Überproduktion. Diese Krise resultiert dann bzw. findet ihre Bearbeitung in einem Produktinnovationszwang, der darin besteht langlebige Gebrauchswaren in kurzlebige Waren zu verwandeln, die sich möglichst bei Gebrauch sofort verbrauchen. Funktionell-technische, qualitative, sowie ästhetische Obsoleszenzstrategien werden hierfür angewandt (Haug 2009). Vor allem im Medienbereich wird dies durch Systemvariation erreicht, d. h. ein Element (z. B. Kamera, Film, Zubehör, Projektor) wird so verändert, dass die übrigen Elemente des Systems ebenfalls erneuert werden müssen. Weitere Studien im Kontext der KPOeMK (vgl. Fuchs et al. 2010; Fuchs und Sandoval 2014) betreffen u. a. die Beziehung zwischen Medieninhalten und kulturellen Krisenursachen (Chakravartty und Schiller 2011; Hope 2011; Hayward 2010), die (ideologischen) Krisenerklärungen und Selbstverständigung in Zeiten der

Krise in (alternativen) Medien, wie z. B. die Organisation von Krisenprotesten (McChesney und Nichols 2011; Fuchs 2014d), die direkt und indirekt über Werbeeinbrüche vermittelten Krisenauswirkungen auf das Medienkapital (McChesney und Nichols 2011), sowie den Zusammenhang von Medientechnologie und Finanzkrisen (Hakken 2010; Hope 2011; Manzerolle 2010; Greif und Werner 2010; Davis 2011; Gripsrud und Murdock 2015).

Neben diesen der Kapitalakkumulation immanenten, lassen sich auch externe, aber doch Ökonomie nahe, Krisenursachen bestimmen. Dies macht deutlich, dass auch der Kern des Kapitalismus nicht ohne den Bezug auf politische und kulturelle Aspekte gedacht werden kann. Zum einen ist der Umstand zu nennen, dass der Wert der Ware Arbeitskraft nicht einfach bestimmbar ist, sondern immer ein ‚historisch-moralisches Moment' beinhaltet. Dies macht die Kapitalakkumulation deshalb grundsätzlich abhängig von Klassenkämpfen, wobei der Wohlstand des Kapitals mit der Armut der ArbeiterInnen korreliert (vgl. Mosco 2011; Mosco und McKercher 2009). Zum anderen sind die Voraussetzungen der Kapitalakkumulation ohne eine Bestimmung der Rolle des staatlichen Gewalt- und Währungsmonopols nicht zu verstehen. Die Aneignung des Mehrprodukts mittels Lohnarbeit oder Eigentumsrechten stellt eine zivilisierte Form der Ausbeutung z. B. gegenüber der Sklaverei dar. Sie ist vermittelt über politische Freiheiten, die für alle Menschen gelten und durch den Staat garantiert werden. Der Staat oder die Politik als von der Ökonomie getrennter, aber auf sie verwiesener Akteur ist zwar kein einfaches Resultat der ökonomischen Strukturen. Er ist jedoch durch seinen Ursprung in der kapitalistischen Vergesellschaftung formbestimmt und deshalb lässt er sich auch nicht auf das strategische Handeln von Akteuren, wie Parteien, Lobbygruppen oder sozialen Bewegungen reduzieren. Die Durchsetzung und Absicherung des individualisierten Privateigentums an Produktionsmitteln, aber auch an der eigenen Arbeitskraft sind die Basis für Tausch, Handel und Akkumulation. Das Währungsmonopol sichert die Akzeptanz der Geldware. Wie weit der Staatseinfluss, z. B. in der Medienindustrie (Knoche 1999a, S. 180–189) geht, aber auch in welcher Form er geltend gemacht wird, z. B. demokratisch-konsensuell und damit anfällig für Legitimitätskrisen oder autoritär und gewaltsam, variiert historisch.

4 Ansätze innerhalb der kritischen politischen Ökonomie der Medien und der Kommunikation

Innerhalb des Theorieraums einer KPOeMK können verschiedene Perspektiven (Tab. 1) auf Medien und Kommunikation im Kapitalismus eingenommen werden (vgl. Fuchs 2011).

Bisher wurde die Rolle von Medien im Prozess der Kapitalakkumulation betrachtet. Dieser Blickwinkel bildet den Ausgangspunkt einer KPOeMK und kann innerhalb einer kritischen Kommunikationsforschung als „Warenthese" bezeichnet werden, die gleichzeitig, weil sie an die Reproduktion von Ausbeutungs- und Entfremdungsverhältnisse gebunden ist, auch eine Repressionsannahme beinhaltet.

Tab. 1 Unterschiedliche Ansätze der KPOeMK (nach Fuchs 2011, S. 102)

	Produktionssphäre	Zirkulationssphäre	Konsumption
Repressionsannahme	Medien und Kommunikation als Waren für die Kapitalakkumulation (Warenthese)		
		Medien und Kommunikation als ideologische Mächte zur Manipulation und Durchsetzung von Klasseninteressen (Ideologiethese)	
Emanzipationsannahme	Alternative mediale und kommunikative Inhalte und Organisationsweisen (Alternativmedienthese)		Massenmediale Kommunikation als widersprüchlicher und widerständiger Prozess (Rezeptionsthese)

4.1 Waren und Ideologie

Vertreter der Warenthese, wie z. B. Dallas Smythe (2006) und Nicholas Garnham (2000, 2005) negieren oder zumindest relativieren die Zuständigkeit der KPOeMK für die Analyse von Sinnbestandteilen im Bereich eines kulturell-ideologischen ‚Überbaus'. Sie sollte sich auf die Rolle von der Kultur zugrunde liegenden, ökonomischen Dynamiken konzentrieren (Garnham 1990, S. 75). Eben diese Zuständigkeit wird aber von Vertretern einer Ideologiethese für die KPOeMK reklamiert und mit einem eigenständigen rezeptionstheoretischen Ansatz unterfüttert (Murdock und Golding 1973; Holzer 1994; Knoche 2002). Die Ideologiethese ergibt sich v. a. aus der Betrachtung der Zirkulations- und Konsumptionssphäre und geht ebenfalls von einer repressiven Wirkung der Medien aus. Letztlich sind für die KPOeMK die Waren- und Ideologiethese aber nicht zu trennen und zwar aus zwei Gründen. Einerseits zeitigt die Warenform selbst ideologische Effekte und andererseits, kann der widersprüchliche Kapitalakkumulationsprozess nicht ohne politische und ideologische Regulation verstanden werden.

Die erste Begründung beruht auf der Annahme einer Determinationsbeziehung zwischen ökonomischer Sphäre auf Politik und Kultur. Zugrunde liegt ein Konzept der Verschränkung von Warenform und Denkform (Sohn-Rethel 1971), wie sie Marx im Warenfetischphänomen beschreibt und wie sie in die KPOeMK durch die Kulturindustriethesen der frühen Frankfurter Schule eingebracht wurden. Der Kern der Argumentation ist, dass mit dem Warentausch verbundene instrumentelle Denk- und Handlungsmuster auf Medieninhalte und ihre Rezeption durchschlagen und so ein Zirkel von massenmedialer Manipulation und rückwirkendem Bedürfnis der RezepientInnen etabliert wird. So entsteht eine ideologische Wirkung, die als eine Art „Niemandsherrschaft", als „stummer Zwang der Verhältnisse" und als selten hinterfragter „Common Sense" der Klassenherrschaft „proto-ideologisch" (Haug 1993, S. 52) und „von unten" (Herkommer 2004, S. 32–34, 47–49) zugeordnet ist.

Die soziale Form der privat-arbeitsteiligen Produktion macht gleichzeitig eine politische Form notwendig (Holloway und Piciotto 1978; Harvey 2015). Der Staat kann, so Joachim Hirsch (2005), weder existieren noch handeln, wenn der kapi-

talistische Verwertungsprozess infrage gestellt wird, und deshalb „müssen die sozialen Beziehungen, Konflikte und Kompromisse im politischen System so ausbalanciert werden, dass sie mit diesem vereinbar sind" (ebd., 33). Klassenbewusstsein als wichtiger Aspekt kapitalistischer Kultur müsste ausgehend von der Warenthese, je nach Nähe zum unmittelbaren Produktionsprozess, hinsichtlich wirtschaftsbezogenen (z. B. Arbeitsmoral, informelle Normen im Arbeitsprozess), wirtschaftlich relevanten (z. B. Geist des Kapitalismus, Unternehmertum) und ‚nur' ökonomisch vermittelten Sinnbestandteilen (Rationalitätsvorstellungen) untersucht und differenziert werden (Vgl. Ritsert 1998, S. 66–68).

Medien sind janusköpfig einerseits direkt in die Kapitalakkumulation eingebunden, andererseits sind sie auch Akteure innerhalb der politischen und kulturellen Form des Kapitalismus. Beispielsweise sind in liberalen Demokratien Medien- und Meinungsfreiheit staatlich garantierte Freiheiten, sie bleiben aber überwiegend verwiesen auf Privateigentumsrechte und somit strukturell in Herrschafts- und Ausbeutungsverhältnissen eingebettet. Einige Autoren (vgl. Knoche 2005b, S. 129–130; Gitlin 2003; Herman und Chomsky 2002) beziehen sich in ihren Analysen des Zusammenhangs von Medien und Ideologie zwar auf ein Klasseninteresse, setzen dieses aber als „Gesamtkapitalinteresse" an einer generellen „kapitalistischen Geschäftsgrundlage" und deren strukturell wahrscheinlicher Durchsetzung reichlich abstrakt an und nähern sich so im Ergebnis einer warentheoretischen Argumentation an. Dieter Prokop (2004, S. 24–29) argumentiert, dass mit zunehmender „Durchkapitalisierung" der Medienindustrie Medieninhalte und die spezifische Form, in der diese präsentiert werden, einen grundlegenden relativistischen und positivistischen Erfahrungsmodus der Menschen durch „abstraktive medienkulturelle Muster" reproduzieren. Dieser aus dem Warentausch entspringende Erfahrungsmodus ist gekennzeichnet durch eine demonstrative Harmlosigkeit, einen relativistischen Standpunkt, eine mutwillige Beschränkung auf das Faktische und das Methodische, sowie ein klassifikatorisches Denken mittels Stereotypisierung. Insgesamt also durch den Verzicht einer Reflexion auf den Sinn des gesellschaftlich Ganzen. Prokop nennt die produktionsanleitenden Formeln „Titten, Tiere, Tote" oder „Busen, Bomben, Babies", sowie „Schneller, Höher, Weiter". Dieser Erfahrungsmodus kann sich in den kommerziellen Medien durchsetzen, weil er konformistisch, d. h., Aussichten auf kommerziellen Erfolg verspricht und kostengünstig ist (Prokop 2004, S. 386–389, 471–476). Ausgehend von der Warenthese lassen sich so kommunikative, medial vermittelte, gesellschaftliche Formen als eine Vergegenständlichung eines strukturellen Klassen- und Ausbeutungsverhältnisses untersuchen. Die Formbestimmtheit der Medien besagt letztlich, dass ein Eigeninteresse der Medienschaffenden existiert als Agenten der Reproduktion der kapitalistischen Vergesellschaftungsform zu wirken, welches sich auch unabhängig von der Einflussnahme spezifischer Klasseninteressen durchsetzt. Medien, so die zugespitzte These, sind auch aus strukturellen Gründen pro-kapitalistisch.

Der zweite Grund, der für eine Integration von Waren- und Ideologieperspektive innerhalb der KPOeMK spricht, beruht auf der Notwendigkeit einer historisch-konkreten Regulation des Kapitalismus (Lipietz 1985; Brand und Raza 2003;

Atzmüller et al. 2013; Eser 2008). Regulation macht die Akkumulation des Kapitals erst in ihrer konkret-historischen Ausprägung als ein spezifisches Zusammenspiel von gesellschaftlicher Produktion, Zirkulation und Konsumption möglich. Die Regulationsweise umfasst neben den ökonomischen, vor allem auch politische und in weiterer Folge auch kulturelle und ideologische Regulierungsinstanzen, die die kapitalistischen Widersprüche bearbeiten (Eser 2008, S. 80). Auf ähnliche Weise weißt McChensey (2008, S. 2–3) drei Hauptbereiche kritisch politökonomischer Forschung aus: Erstens, die exklusive Domäne der KPOeMK, die kritische Analyse medienökonomischer Prozesse, die hier mit der Warenthese versucht wurde zu beschreiben. Zweitens, das Verhältnis von Medien und Staat um „policymaking-"-Prozesse zu verstehen. Drittens, analysiert die KPOeMK auch das generelle Verhältnis von Medien und Macht, welches man als kulturellen Bereich interpretieren kann.

Die offene Bestimmung, der zur Kapitalakkumulation notwendigen Regulationsweise, macht das regulationstheoretische Paradigma produktiv für hegemonietheoretische Erweiterungen und Korrekturen (Eser 2008, S. 79; Demirovic et al. 1992). Die Zivilgesellschaft und die politische Gesellschaft bilden im Kapitalismus zusammen den „integralen Staat". Er besteht nach der berühmten Formel Gramscis in einer „Hegemonie gepanzert mit Zwang" (Gramsci 1991, S. 783), d. h. aus einem Bereich, der sich von Sanktionen – auch ohne eine Straftat – bis hin zur Definition der „political correctness" erstreckt. In der politischen Gesellschaft sind Institutionen wie Militär, Polizei, Bürokratie etc. verkörpert. In der Zivilgesellschaft wird in Medien, Bildungsinstitutionen, etc. um Konsens gerungen, „all das, was die öffentliche Meinung direkt oder indirekt beeinflußt oder beeinflussen kann, gehört zu ihr" (Gramsci 1991, S. 374). Ziel der Hegemoniebildung ist es ein Integral der Herrschaft, sowohl über die Organisation der Ökonomie als auch den erweiterten Staat zu bilden. Eine sich formierende Klasse muss sich in den Überbau „hinaufarbeiten", um die Hegemonie zu erlangen und ihre Interessen im politischen System – z. B. bei der Gesetzgebung – zu befestigen. Hierzu werden politische Institutionen wie Parteien notwendig. Gleichzeitig müssen Interessen anderer gesellschaftlicher Gruppen aufgenommen werden und die divergierende Vielzahl in allgemeine „ethische" Maximen und Systeme integriert werden, um eine kulturelle und moralische Führungskraft etablieren zu können. In der eigentlich hegemonialen Phase wird diese Führung durch die Etablierung eigener oder die Umbesetzung bzw. Umorganisation existierender Staatsapparate mit greifbarer Macht ausgestattet und in Herrschaft „gegossen". Diese Staats- und Hegemonieapparate enthalten nun die aufgenommenen Widersprüche in konsensueller Form (Gramsci 1991, S. 410–411, 495–496, 1559–1562). Aus dem beschriebenen Prozess des Hinaufarbeitens lässt sich erkennen, „daß eine Klasse auf zweierlei Weise herrschend ist, nämlich ‚führend' und ‚herrschend'. Sie ist führend gegenüber den verbündeten Klassen und herrschend gegenüber den gegnerischen Klassen. Deswegen kann eine Klasse bereits bevor sie an die Macht kommt ‚führend' sein (und muß es sein): wenn sie an der Macht ist, wird sie herrschend, bleibt aber auch weiterhin ‚führend'" (Gramsci 1991, S. 101). Im Gegensatz zum konstruktivistischen Ansatz von Laclau und Mouffe (2012) bildet aber für die KPOeMK die widersprüchliche Kapitalakku-

mulation die Basis für denkbare Hegemoniebestrebungen und gibt den Rahmen vor, welche Interessen sich wirkungsvoll am Hegemoniespiel beteiligen können und welche Interessen es aufzunehmen gilt. So erweitert leistet der Regulationsansatz dann auch „mittelbar eine ökonomisch informierte Analyse jener ‚weichen' Faktoren kapitalistischer Gesellschaften, die wir in den Kulturwissenschaften als Diskurse, symbolische Praktiken, Medien, Repräsentationen und so weiter untersuchen" (Musner 2010, S. 112). (Massenmediale) Öffentlichkeit ist hier ein immer schon strukturierter, transsystemischer sozialer Raum zur Definition und Reproduktion gesellschaftlich zentraler Machtverhältnisse. „Öffentlichkeit" kann in dieser Konzeption natürlich kein gleichsam ontologisches Korrektiv zur Macht oder eine „Art kultureller Nullpunkt" (Fraser 1996, S. 161) sein. Die ideologische Funktion der Medien kann daher letztlich als die Durchsetzung von Klasseninteressen auf verschiedenen Ebenen analysiert werden: innerhalb der Medienorganisationen im Verhältnis der Medieneigentümer zu den abhängig Arbeitenden, innerhalb der Medienindustrie als publizistischer Konzentrationsprozess, aber auch anhand von Verflechtungen der Medien mit Politik und Wirtschaft. Medien werden in diesem ideologietheoretischen Ansatz zu umkämpften Orten der Organisation gesellschaftlicher Hegemonie.

4.2 Waren, Ideologie und Medienrezeption

Während der warentheoretische Zugriff auf Ideologie eine weitgehende Entsprechung von Produktionsweise und Rezeptionsweise unterstellt und der hegemonietheoretische von der Durchsetzung von herrschenden Klasseninteressen ausgeht, sind gerade diese in der Repressionsthese mündenden Annahmen nachhaltig von den Cultural Studies in Frage gestellt worden. Stuart Hall (2006) unterschied in diesem Zusammenhang zwischen dominanten, ausgehandelten und widerständigen Lesarten eines kulturellen Produkts. Damit wurde eine Rezeptionsthese möglich, welche sich aus der Beschäftigung mit der Konsumption von Medien ergibt und eine emanzipative Wirkung massenmedialer Kommunikation erkennt.

Eine weitere Debatte, die für die Profilierung der KPOeMK wichtig ist, ist auch jene mit VertreterInnen der Cultural Studies (vgl. Kellner 2009; Thiele und Klaus 2007; Grossberg 1995; Gandy und Garnham 1995; Golding und Murdock 2005; Ferguson und Golding 1997). Dabei geht es nicht um die prinzipielle Berechtigung von „Ideologiekritik" in der KPOeMK, sondern in welcher Gestalt dieser Aspekt berücksichtigt und bearbeitet werden soll. Wesentliche Fragen sind in diesem Zusammenhang, wie viel ‚Ökonomismus' und Berücksichtigung des Produktionsprozesses scheint zum Verständnis ideologischer Formen notwendig, wo liegen hier die Grenzen eines polit-ökonomischen Ansatzes und kann auf so etwas wie eine ‚dominante' Ideologie im Vergleich zu einer Vielzahl unterschiedlicher Ideologien bzw. Rezeptionsweisen geschlossen werden?

Auf Basis der beiden bisher skizzierten Ansätze (Warenthese und Ideologiethese), lässt sich die Medienrezeption entweder tendenziell als formbestimmt, d. h. in ihren Grundzügen und Grenzen festgelegt, oder als Ausdruck des Klassenkampfes ver-

stehen. Ausgehend von der Warenthese lässt sich argumentieren, dass, erstens, ausgehandelte und auch widerständige Lesarten kapitalistisch formbestimmt sind, weil Produktion und Konsumption beide Bestandteile kapitalistischer Vergesellschaftung sind. Zweitens, ließe sich so argumentieren, dass dominante bzw. konforme und ausgehandelte Lesarten sehr wahrscheinlich sind, wohingegen widerständige Lesarten tendenziell durch die erfolgreiche Durchsetzung von Kapitalinteressen aufgrund von Ressourcenvorteilen unwahrscheinlich sind. Ausgehend von einer hegemonietheoretischen Herangehensweise an die ideologische Funktion der Medien könnte, drittens, argumentiert werden, dass Widerständigkeit schon aufgrund der Widersprüchlichkeit des Akkumulationsprozesses existiert und deshalb durch mediale Prozesse mit den Kapitalverwertungsinteressen integriert werden muss, um deren Führungsanspruch mittels Reformen der gesellschaftlichen Regulationsweise zu erhalten. Die Grundannahme eines Kampfes um Bedeutungen verbindet die hegemonietheoretische Herangehensweise an die Ideologie- und Manipulationsthese mit der Rezeptionsthese. Viertens, könnte, ganz im Sinne einer Emanzipationsannahme argumentiert werden, dass widerständige Lesarten kultureller Produkte wahrscheinlich sind und sich zudem auch verallgemeinern können, um einen Bruch mit kapitalistischen Vergesellschaftungsformen herbeizuführen. Aus der Perspektive der KPOeMK ist auf die Einseitigkeit der emanzipativen Rezeptionsthese und die Notwendigkeit einer integrativen Betrachtung hinzuweisen. Letztere Variante erscheint nur unter den Bedingungen etablierter alternativer Medien vernünftig formulierbar.

4.3 Alternative Medien

Die Alternativmedienthese zielt, wie die Warenthese auf Produktion und Zirkulation ab, schätzt aber die Rolle der Medien und der Kommunikation als emanzipativ ein (vgl. Downing 2000; Atton 2001). Bereits im ökonomischen Kern kapitalistischer Vergesellschaftung, der durchaus politisch-kulturelle Aspekte hat, lassen sich zu mindestens Ansatzpunkte für gesellschaftliche Alternativen im Zusammenhang mit der strukturellen Krisenhaftigkeit der Kapitalakkumulation und der Notwendigkeit ihrer Bearbeitung, identifizieren. Dies steht in Zusammenhang mit der kritischen Ausrichtung der KPOeMK und der Inanspruchnahme unterschiedlicher Kritikmodi. Eine warentheoretische Herangehensweise wird vor allem versuchen auf die immanenten Krisen der Kapitalakkumulation hinzuweisen und alternative Produktionsformen für Medien zu finden. Graham Murdoch (2011) unterscheidet hier z. B. zwischen drei Weisen wie Medien idealtypisch organisiert sein können: Neben der Warenform und der Möglichkeit, Medien als öffentliche Güter mithilfe des Staates zu organisieren nennt er auch die zivilgesellschaftliche Produktion von Medien als Gaben, wie z. B. Wikipedia oder Freie Software. In dieser Hinsicht sind ‚freie' Medien allerdings prekären Finanzierungsbedingungen unterworfen, sprechen oft nur ein kleines Publikum an und haben Schwierigkeiten geeignetes Personal zu finden, weil sich ihre ProduzentInnen prekären und selbstausbeuterischen Arbeitsbedingungen ausgesetzt sehen (Knoche 2003). Zudem stehen sie beständig

in der Gefahr für Verwertungsinteressen instrumentalisiert zu werden, und es ist nicht ausgeschlossen, dass sie repressive, d. h. hinter kapitalistische Freiheiten zurückfallende ideologische Positionen vertreten (Sandoval und Fuchs 2010, S. 144). Eine ideologietheoretische Herangehensweise wird eher bei den Gestaltungsformen und Medieninhalten und ihrem Potenzial für eine Gegenöffentlichkeit ansetzen und sich dabei auf den (Klassen-)Kampf um Regulationsmöglichkeiten des Staates als Hebel der Durchsetzung fokussieren. In dieser Perspektive diskutieren Sandoval und Fuchs (2010) kapitalismuskritische Produzentinnen und Medieninhalte als Mindestvoraussetzung alternativer Medien, die dann auch innerhalb bestehender ökonomischer Zwänge und Hegemoniekonstellationen wirksam agieren könnten.

Im Zuge der vorgestellten Typologisierung verschiedener Schwerpunktsetzungen im Theorieraum der KPOeMK zeigt sich sehr deutlich, dass dieser Ansatz nicht losgelöst von anderen Theorietraditionen, die Medien und Kommunikation kapitalismuskritisch analysieren, gedacht werden kann.

5 Aktualisierungen einer kritischen politischen Ökonomie Neuer Medien und digitalen Kommunikation

Digitalisierung und Informatisierung des Kapitalismus (vgl. Castells 2001; Boutang 2012; Haug 2005a; Fuchs 2013) bedeuten zunächst, dass, erstens, Medien und Kommunikation für die Kapitalakkumulation generell wichtiger werden. Die Digitalisierung und Informatisierung sind Mittel der rationalen Organisation der Produktion und zugleich Mittel der Unterordnung und Kontrolle der Arbeitskraft in allen Wirtschaftsbranchen, also auch in der Medienindustrie im engen Sinn (Schmiede 1996, 2006). Wobei diese Unterordnung auch indirekt und die Kontrolle auch über Freiräume, d. h. als eine Art Selbstkontrolle, vermittelt sein kann (Vercellone 2007; Boutang 2012, S. 50). Zweitens, lässt sich ein Bedeutungszugewinn informationeller Produkte über die Medieninhalteindustrie hinaus beobachten. Drittens, ist eine Vermischung der interdependenten Bereiche der Produktion, Zirkulation, Konsumption festzustellen. Dies bedeutet v. a. auch, dass die Erkenntnisse der KPOeMK, also einer Disziplin, die sich schon immer mit ‚immaterieller' Produktion und ihren Besonderheiten beschäftigen musste, zunehmend relevant für andere kritische polit-ökonomische Untersuchungen werden.

Eine Reihe von Themen werden heute im Rahmen einer kritischen politischen Ökonomie der ‚neuen' Medien, des Internets und der digitalen Kommunikation (neu) verhandelt (Fuchs und Dyer-Witheford 2013). Eine wichtige Frage ist etwa, wie das Verhältnis von marxistischer Werttheorie und kognitiver Ausbeutung zu bestimmen ist (vgl. Allmer et al 2015; Sonderausgabe von „The Information Society" 2015/1). In dieser sog. „digital labour debate" argumentiert eine, von Symthe (Smythe 2006; Jhally und Livant 1986) und Theorien der Vermischung von Produktion und Konsumption (Prosumption; Ritzer und Jurgenson 2010) informierte Seite für die produktive, wertgenerierende Rolle der Nutzung neuer Medien (Fuchs 2014a; Andrejevic 2015). Auf der anderen Seite stehen Ansätze, die beispielsweise die Profite von Google, Facebook und anderen Inter-

netmonopolisten auf Basis einer Reaktualisierung marxistischer Rententheorien erklären wollen (Pasquinelli 2009b; Caraway 2011; Arvidsson und Colleoni 2012; Huws 2014), sowie eine logische Koppelung von Informatisierungs- und Finanzialisierungsprozessen betonen (z. B. Foley 2013; Hakken 2010).

Diese Debatte berührt auch die historisch-materialistischen Grundlagen der KPOeMK und zwar, weil das Verhältnis von Arbeit und Kommunikation erneut bestimmt werden muss (Fuchs und Sevignani 2013; Lazzarato 1996). Andererseits hat sie auch Konsequenzen für klassentheoretische Überlegungen und wirft die Fragen auf, welcher Mechanismus Klassen im digitalen Zeitalter konstituiert, und ob und wie Klassen unter den Bedingungen digitaler Kommunikation handlungsfähig werden können (z. B. Huws 2003, 2014; Dyer-Witheford 2015; Hardt und Negri 2004).

Es stellt sich zudem die Frage, inwieweit Kapitalmacht durch neue Formen der indirekten Kontrolle, z. B. von kreativen WissensarbeiterInnen, geschwächt oder abgesichert wird (Vercellone 2007; Huws 2014). Die Überwachung von Kommunikationsprozessen (Gandy 1993, 2011) ist eine solche Form der Kontrolle und die KPOeMK diskutiert hier einerseits ihr Verhältnis zum Kapitalakkumulationsprozess (Allmer 2012) als auch auftretende Normkonflikte im Kapitalismus mit dem Wert der Privatsphäre (Sevignani 2016).

Ein weiteres Analysefeld markieren die Themen der Dezentralität und Konzentration im Internet (Wittel 2012) und die Konzentrationsprozesse in der digitalen Ökonomie, wobei das Zusammenspiel von Kapital und Staat in Bezug auf deren (Nicht-)Regulierung, aber v. a. auch bezüglich der Durchsetzung von intellektuellen Eigentumsrechten (Boes et al. 2015; Söderberg 2002; De Angelis 2007) untersucht wird. Auch die geopolitische Bedeutung des Internetkapitals kommt dabei in den Blick (Jin 2013).

Ideologietheoretisch interessant ist ein genaueres Verständnis von Internet-Öffentlichkeiten und Demokratie (Dean 2009; McChesney 2013; Fuchs 2014b) und schließlich werden auch kommunikative und mediale ‚Commons' als Keimform für eine alternative (Informations-)Gesellschaft analysiert (Murdock 2011; Barbrook 1998; Pasquinelli 2009a; Söderberg 2012; Siefkes 2008; Gehl 2014; Firer-Blaess und Fuchs 2014).

Der an die Arbeiten von Karl Marx und deren vielfältigen Weiterentwicklungen anknüpfende Ansatz der KPOeMK kann so eindrucksvoll seine Lebendigkeit und Nützlichkeit auch zum Verständnis aktueller gesellschaftlicher Transformationsprozesse unter Beweis stellen, ohne dabei, auch aufgrund von akademischen und inner-disziplinären Marginalisierungstendenzen, sein theoretisches und praktisches Potenzial bisher voll ausgeschöpft zu haben.

Literatur

Allmer, T. (2012). *Towards a critical theory of surveillance in informational capitalism*. Frankfurt am Main: Peter Lang.

Allmer, T., Prodnik, J., & Sevignani, S. (2015). Mapping approaches to user participation and digital labour: A critical perspective. In E. Fisher & C. Fuchs (Hrsg.), *Value and labour in the digital age* (S. 153–171). Basingstoke: Palgrave Macmillan.
Andrejevic, M. (2015). Personal data: Blind spot of the „Affective law of value"? *The Information Society, 31*(1), 5–12. doi:10.1080/01972243.2015.977625.
Artz, L., Macek, S., & Cloud, D. L. (Hrsg.). (2006). *Marxism and communication studies: the point is to change it* (1. Aufl.). New York: Lang, Peter.
Arvidsson, A., & Colleoni, E. (2012). Value in informational capitalism and on the Internet. *The Information Society, 28*(3), 135–150.
Atton, C. (2001). *Alternative media* (1. Aufl.). London: Sage.
Atzmüller, R., Becker, J., Brand, U., Oberndorfer, L., Redak, V., & Sablowski, T. (Hrsg.). (2013). *Fit für die Krise?: Perspektiven der Regulationstheorie*. Münster: Westfälisches Dampfboot.
Aufermann, J., Bohrmann, H., Lerg, W. B., & Löckenhoff. (1975). Vorwort der Herausgeber. In H. Bohrmann (Hrsg.), *Strukturwandel der deutschen Studentenpresse. Studentenpolitik und Studentenzeitschriften 1848–1974*. München: Verlag dokumentation.
Bagdikian, B. H. (2004). *The new media monopoly: A completely revised and updated edition with seven new chapters* (20. Aufl.). Boston: Beacon Press.
Barbrook, R. (1998). The hi-tech gift economy. *First Monday*, *Special Issue* (3). http://www.firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/1517/1432. Zugegriffen am 20.04.2016.
Becker, J. (Hrsg.). (1986). *Communication and domination: Essays to Honor Herbert I. Schiller: Essays to Honour Herbert I. Schiller*. Norwood: Ablex.
Boes, A., Kämpf, T., Langes, B., & Lühr, T. (2015). Landnahme im Informationsraum: Zur Neukonstituierung gesellschaftlicher Arbeit in der „digitalen Gesellschaft". *WSI-Mitteilungen, 68*(2), 77–85.
Boutang, Y. M. (2012). *Cognitive capitalism*. Cambridge: Polity.
Brand, U., & Raza, W. (Hrsg.). (2003). *Fit für den Postfordismus? Theoretisch-politische Perspektiven des Regulationsansatzes*. Münster: Westfälisches Dampfboot.
Camfield, D. (2007). The Multitude and the Kangaroo: A critique if Hardt and Negri's theory of immaterial labour. *Historical Materialism, 25*(1), 21–52.
Caraway, B. (2011). Audience labor in the new media environment: A Marxian revisiting of the audience commodity. *Media, Culture & Society, 33*(5), 693–708.
Castells, M. (2001). *Dei Netzwerkgesellschaft: Das Informationszeitalter I* (Softcover reprint of the original, 1. Aufl.). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
Çoban, S. (2015). *Media and the left*. Leiden: Brill.
Davis, A. (2011). Mediation, financialization and the global financial crisis: An inverted political economy perspective. In D. Winseck & D. Y. Jin (Hrsg.), *The political economies of media: The transformation of the global media industries* (S. 241–254). London: Bloomsbury.
De Angelis, M. (2007). *The beginning of history: Value struggles and global capital*. London: Pluto.
Dean, J. (2009). *Democracy and other Neoliberal fantasies: Communicative capitalism and left politics*. Durham: Duke University Press.
Demirovic, A., Krebs, H.-P., & Sablowski, T. (Hrsg.). (1992). *Hegemonie und Staat: Kapitalistische Regulation als Projekt und Prozess*. Münster: Westfälisches Dampfboot.
Downing, J. D. H. (2000). *Radical media: Rebellious communication and social movements*, (1. Aufl.). London: Sage.
Dröge, F. (1972). *Wissen ohne Bewusstsein: Materialien zur Medienanalyse der Bundesrepublik Deutschland. Unter Mitarbeit von Ilse Modelmog*. Frankfurt am Main: Athenäum Fischer.
Dyer-Witheford, N. (1999). *Cyber-marx: Cycles and circuits of struggle in high technology capitalism (New.)*. Urbana: University of Illinois Press.
Dyer-Witheford, N. (2015). *Cyber-proletariat: Global labour in the digital vortex*. Toronto/Ontario/London: Pluto Press.

Ernst & Young. (2013). Spotlight on profitable growth 2013. http://www.ey.com/GL/en/Industries/Media-Entertainment/Spotlight-on-profitable-growth-2013. Zugegriffen am 3.07 2015.

Eser, P. (2008). *Perspektiven der Regulationstheorie: Sozialtheoretische Reformulierungsversuche* (1. Aufl.). Hamburg: Diplomica.

Ewen, S. (2001). *Captains of consciousness: Advertising and the social roots of the consumer culture*. London: Basic Books.

Ferguson, M., & Golding, P. (Hrsg.). (1997). *Cultural studies in question* (1. Aufl.). London: Sage.

Firer-Blaess, S., & Fuchs, C. (2014). Wikipedia an info-communist manifesto. *Television & New Media, 15*(2), 87–103. doi:10.1177/1527476412450193.

Foley, D. K. (2013). Rethinking financial capitalism and the „information" economy. *Review of Radical Political Economics, 45*(3), 257–268. doi:10.1177/0486613413487154.

Fraser, N. (1996). Öffentlichkeit neu denken: Ein Beitrag zur Kritik real existierender Demokratie. In E. Scheich (Hrsg.), *Vermittelte Weiblichkeit: Feministische Wissenschafts- und Gesellschaftskritik* (S. 151–182). Hamburg: Hamburger Edition.

Freedman, D., Obar, J., Martens, C., & McChesney, R. W. (Hrsg.). (2016). *Strategies for media reform: International perspectives*. New York: Fordham University Press.

Fuchs, C. (2011). *Foundations of critical media and information studies*. London: Routledge.

Fuchs, C. (2013). Capitalism or information society? The fundamental question of the present structure of society. *European Journal of Communication, 16*(4), 413–434. doi:10.3390/info2010140.

Fuchs, C. (2014a). Dallas Smythe reloaded. Critical media and communication studies today. In V. Manzerolle & L. McGuigan (Hrsg.), *The audience commodity in a digital age. Revisiting a critical theory of commercial media* (S. 267–288). Frankfurt am Main: Peter Lang.

Fuchs, C. (2014b). *Digital labour and Karl Marx*. London: Routledge.

Fuchs, C. (2014c). Social media and the public sphere. *TripleC: Communication, Capitalism & Critique. Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society, 12*(1), 57–101.

Fuchs, C. (2014d). *OccupyMedia!: The occupy movement and social media in crisis capitalism*. London: Zero Books.

Fuchs, C. (2015). *Reading Marx in the information age: A media and communication studies perspective on capital volume 1*. New York: Routledge.

Fuchs, C., & Dyer-Witheford, N. (2013). Karl Marx@Internet studies. *New Media & Society, 15*(5), 782–796.

Fuchs, C., & Mosco, V. (Hrsg.). (2015a). *Marx and the political economy of the media*. Leiden: Brill.

Fuchs, C., & Mosco, V. (Hrsg.). (2015b). *Marx in the age of digital capitalism*. Leiden: Brill.

Fuchs, C., & Sandoval, M. (Hrsg.). (2014). *Critique, social media and the information society.* New York: Routledge.

Fuchs, C., & Sevignani, S. (2013). What is digital labour? What is digital work? What's their difference? And why do these questions matter for understanding social media? *TripleC: Communication, Capitalism & Critique. Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society, 11*(2), 237–293.

Fuchs, C., Schafranek, M., Hakken, D., & Breen, M. (2010). Capitalist crisis, communication & culture – Introduction to the special issue of tripleC. *TripleC: Communication, Capitalism & Critique. Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society, 8*(2), 193–204.

Gandy, O. H. (1993). *The panoptic sort: A political economy of personal information*. Boulder: Westview Press.

Gandy, O. H. (2011). The political economy of personal information. In J. Wasko, G. Murdock & H. Sousa (Hrsg.), *The handbook of political economy of communications* (S. 436–457). Malden: Blackwell.

Gandy, O. H., & Garnham, N. (1995). Political economy and cultural studies: Reconciliation or divorce? *Critical Studies in Mass Communication, 12*(1), 60–71. doi:10.1080/15295039509366919.

Garnham, N. (1990). *Capitalism and communication: Global culture and the economics of information*. London: Sage.

Garnham, N. (2000). *Emancipation, the media, and modernity: Arguments about the media and social theory*. Oxford: Oxford University Press.

Garnham, N. (2005). From cultural to creative industries. *International Journal of Cultural Policy, 11*(1), 15–29. doi:10.1080/10286630500067606.

Garnham, N. (2011). The political economy of communication revisited. In J. Wasko, G. Murdock & H. Sousa (Hrsg.), *The handbook of political economy of communications* (S. 436–457). Malden: Blackwell.

Garnham, N., & Fuchs, C. (2014). Revisiting the political economy of communication. *TripleC: Communication, Capitalism & Critique. Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society, 12*(1), 102–141.

Gehl, R. W. (2014). *Reverse engineering social media: Software, culture, and political economy in new media*. Philadelphia: Temple University Press.

Gitlin, T. (2003). *The whole world is watching: Mass media in the making and unmaking of the new left* (2. Rev. Aufl.). Berkeley: University of California Press.

Golding, P., & Murdock, G. (1973). For a political economy of mass communications. *Socialist Register, 10*, 205–234.

Golding, P., & Murdock, G. (2005). Culture, communications and political economy. In J. Curran & M. Gurevitch (Hrsg.), *Mass media and society* (S. 15–32). London: Hodder Arnold.

Gramsci, A. (1991). In K. Bochmann & W. F. Haug (Hrsg.), *Gefängnishefte*. Hamburg: Argument.

Gregg, M. (2013). *Work's intimacy*. Hoboken: Wiley.

Greif, H., & Werner, M. (2010). Calculating the unknown. Rationalities of operational risk in financial institutions. *TripleC: Communication, Capitalism & Critique. Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society, 8*(2), 237–250.

Grossberg, L. (1995). Cultural studies vs. political economy: Is anybody else bored with this debate? *Critical Studies in Mass Communication, 12*(1), 72–81. doi:10.1080/15295039509366920.

Hakken, D. (2010). Computing and the crisis: The significant role of new information technologies in the current socio-economic meltdown. *TripleC: Communication, Capitalism & Critique. Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society, 8*(2), 205–220.

Hall, S. (2006). Encoding/Decoding. In M. G. Durham & D. M. Kellner (Hrsg.), *Media and cultural studies: Keyworks* (S. 163–173). Malden: Blackwell.

Hardt, M., & Negri, A. (2004). *Multitude: War and democracy in the age of empire*. New York: Penguin.

Hardy, J. (2014). *Critical political economy of the media*. New York: Routledge.

Harvey, D. (2015). *Siebzehn Widersprüche und das Ende des Kapitalismus*. (Übers. Kober, H.). Berlin: Ullstein.

Haug, W. F. (1993). *Elemente einer Theorie des Ideologischen*. Berlin: Argument.

Haug, W. F. (2004). Immaterielle Arbeit. In *Historisch-Kritisches Wörterbuch des Marxismus (HKWM)* (Bd. 6/I, S. 819–832). Berlin: Argument.

Haug, W. F. (2005a). *High-Tech-Kapitalismus: Analysen zu Produktionsweise, Arbeit, Sexualität, Krieg und Hegemonie* (2., unveränd. Neu Aufl.). Hamburg: Argument.

Haug, W. F. (2005b). *Vorlesungen zur Einführung ins „Kapital"*. Berlin: Argument.

Haug, W. F. (2009). *Kritik der Warenästhetik: Gefolgt von Warenästhetik im High-Tech-Kapitalismus (Originalausgabe)*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.

Hayward, M. (2010). The economic crisis and after. *Cultural Studies, 24*(3), 283–294. doi:10.1080/09502381003750260.

Henning, C. (2005). *Philosophie nach Marx: 100 Jahre Marxrezeption und die normative Sozialphilosophie der Gegenwart in der Kritik* (1. Aufl.). Bielefeld: transcript.

Herkommer, S. (2004). *Metamorphosen der Ideologie: Zur Analyse des Neoliberalismus durch Pierre Bourdieu und aus marxistischer Perspektive* (1. Aufl.). Hamburg: VSA.

Herman, E. S., & Chomsky, N. (2002). *Manufacturing consent: The political economy of the mass media (Reprint)*. New York: Pantheon.

Hirsch, J. (2005). *Materialistische Staatstheorie: Transformationen des kapitalistischen Staatensystems*. Hamburg: VSA.
Holloway, J., & Piciotto, S. (Hrsg.). (1978). *State and capital: A Marxist debate*. London: Edward Arnold.
Holzer, H. (1973). *Kommunikationssoziologie*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
Holzer, H. (Hrsg.). (1975). *Sprache und Gesellschaft*. Hamburg: Hoffmann und Campe.
Holzer, H. (1987). *Kommunikation oder gesellschaftliche Arbeit? Zur theorie des kommunikativen Handelns von Jürgen Habermas*. Berlin: Akademie.
Holzer, H. (1994). *Medienkommunikation: Einführung in handlungs – und gesellschaftstheoretische Konzeptionen*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
Hope, W. (2011). Global financial crisis: Time, communication and financial collapse. *International Journal of Communication, 4*, 21.
Horkheimer, M. & Adorno, T. W. (1947). Dialektik der Aufklärung. In G. S. Noerr (Hrsg.), *Dialektik der Aufklärung und Schriften 1940–1950*, (Bd. 5, 4 . Aufl.). Frankfurt am Main: S. Fischer.
Hund, W. D. (1988). *Ware, Nachricht und Informationsfetisch: Die Theorie der gesellschaftlichen Kommunikation*. Darmstadt: Luchterhand.
Hund, W. D., & Kirchhoff-Hund, B. (1982). *Soziologie der Kommunikation: Arbeitsbuch zu Struktur und Funktion der Medien*. Reinbeck bei Hamburg: Rowohlt.
Huws, U. (2014). *Labor in the global digital economy: The cybertariat comes of age*. New York: Monthly Review Press.
Huws, U. (2003). *The making of a cybertarait: Virtual work in a real world*. London: Merlin.
Jarrett, K. (2014). The relevance of „Women's work" Social reproduction and immaterial labor in digital media. *Television & New Media, 15*(1), 14–29. doi:10.1177/1527476413487607.
Jhally, S. (1990). *The codes of advertising: Fetishism and the political economy of meaning in consumer society*. New York: Routledge.
Jhally, S., & Livant, B. (1986). Watching as working: The valorisazion of audience consciousness. *Journal of Communication, 36*(3), 124–143.
Jin, D. Y. (2013). The Construction of platform imperialism in the globalization era. *TripleC: Communication, Capitalism & Critique. Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society, 11*(1), 145–172.
Kellner, D. (2009). Toward a critical media/cultural studies. In R. Hammer & D. Kellner (Hrsg.), *Media/cultural studies: Critical approaches* (S. 5–24). New York: Peter Lang.
Kiefer, M. L. (2001). *Medienökonomik: Einführung in eine ökonomische Theorie der Medien*. München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag.
Knoche, M. (1978). *Einführung in die Pressekonzentrationsforschung: Theoretische und empirische Grundlagen – Kommunikationspolitische Voraussetzungen*. Berlin: Spiess.
Knoche, M. (1999a). Das Kapital als Strukturwandler der Medienindustrie – und der Staat als sein Agent? Lehrstücke der Medienökonomie im Zeitalter digitaler Kommunikation. In M. Knoche & G. Siegert (Hrsg.), (S. 149–193). München: R. Fischer.
Knoche, M. (1999b). Medienjournalismus als Zirkulationsmittel des Medienkapitals. Zur medienökonomischen Funktion der Medienthematisierung in Printmedien. In M. Latzer, U. Maier-Rabler, G. Siegert & T. Steinmaurer (Hrsg.), *Die Zukunft der Kommunikation. Phänomene und Trends in der Informationsgesellschaft* (S. 129–146). Innsbruck: Studienverlag.
Knoche, M. (2001). Kapitalisierung der Medienindustrie aus politökonomischer Perspektive. *Medien & Kommunikationswissenschaft, 49*(2), 177–194.
Knoche, M. (2002). Kommunikationswissenschaftliche Medienökonomie als Kritik der Politischen Ökonomie der Medien. In G. Siegert (Hrsg.), *Medienökonomie in der Kommunikationswissenschaft: Bedeutung, Grundfragen und Entwicklungsperspektiven: Manfred Knoche zum 60. Geburtstag* (S. 101–109). Münster: Lit.
Knoche, M. (2003). „Freie Radios - Frei von Staat, Markt Und Kapital(ismus)? Zur Widersprüchlichkeit Alternativer Medien Und Ökonomie." *Medien Journal, 27*(4): 4–19.

Knoche, M. (2005a). Entwicklung von Medientechniken als „neue Medien“ aus der Sicht einer Kritik der Politischen Ökonomie der Medien. In K. Arnold & C. Neuberger (Hrsg.), *Alte Medien – neue Medien. Theorieperspektiven, Medienprofile, Einsatzfelder: Festschrift für Jan Tonnemacher* (S. 40–62). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Knoche, M. (2005b). Medienkonzentration und Meinungsvielfalt: Von empirischen Studien zur kapitalismuskritischen Medienkonzentrationstheorie. In J. Wilke (Hrsg.), *Die Aktualität der Anfänge: 40 Jahre Publizistikwissenschaft an der Johannes gutenberg-Universität Mainz* (S. 117–140). Köln: Herbert von Halem.

Knoche, M. (2005c). Medienökonomische Theorie und Ideologie im Kapitalismus: Einige zitatengestützte Überlegungen zu Marie Luise Kiefers „Medienökonomik“ aus der Sicht einer Kritischen Politischen Ökonomie der Medien. In C.-M. Ridder, W. R. Langenbucher, U. Saxer & C. Steininger (Hrsg.), *Bausteine einer Theorie des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Festschrift für Marie Luise Kiefer* (S. 406–435). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Knoche, M. (2005d). Werbung – ein notwendiges „Lebenselixir“ für den Kapitalismus: Zur Kritik der politischen Ökonomie der Werbung. In W. Seufert (Hrsg.), *Theorie und Praxis der Werbung* (S. 239–255). Baden-Baden: Nomos.

Knoche, M. (2013a). Krisenhafte kapitalistische Produktionsweise als Triebkraft für Restrukturierungen und Transformationen (in) der Medienindustrie: Erklärende Theorieelemente einer Kritik der politischen Ökonomie der Medien. In W. Seufert & F. Sattelberger (Hrsg.), *Langfristiger Wandel von Medienstrukturen Theorie, Methoden, Befunde* (S. 87–111). Baden-Baden: Nomos.

Knoche, M. (2013b). Medienkonzentration. In B. Thomaß (Hrsg.), *Mediensysteme im internationalen Vergleich* (2., überarb.Aufl., S. 135–161). Stuttgart: UTB.

Knoche, M. (2014). Befreiung von kapitalistischen Geschäftsmodellen: Entkapitalisierung von Journalismus und Kommunikationswissen-schaft aus Sicht einer Kritik der politischen Ökonomie der Medien. In F. Lobigs & G. Nordheim (Hrsg.), *Journalismus ist kein Geschäftsmodell: Aktuelle Studien zur Ökonomie und Nicht-Ökonomie des Journalismus* (S. 241–266). Baden-Baden: Nomos.

Kößler, R., & Wienold, H. (2012). *Gesellschaft bei Marx* (2., korrigierte und erweiterte Aufl.). Münster: Westfälisches Dampfboot.

Krause, A. (2014). Kritik der Politischen Ökonomie – Wachstum als Imperativ kapitalistischen Wirtschaftens. In I. Artus, A. Krause, O. Nachtwey, T. Reitz, C. Vellay & J. Weyand (Hrsg.), *Marx für SozialwissenschaftlerInnen* (2014. Aufl., S. 135–160). Wiesbaden: Springer VS.

Laclau, E., & Mouffe, C. (2012). *Hegemonie und radikale Demokratie: Zur Dekonstruktion des Marxismus* (4., durchgesehene Aufl.). Wien: Passagen.

Lazzarato, M. (1996). Immaterial Labor. In P. Virno & M. Hardt (Hrsg.), *Radical thought in Italy: A potential politics* (S. 133–148). Minneapolis: University of Minnesota Press.

Leidinger, C. (2003). *Medien, Herrschaft, Globalisierung. Folgenabschätzung zu Medieninhalten im Zuge transnationaler Konzentrationsprozesse* (1. Aufl.). Münster: Westfälisches Dampfboot.

Lindner, U. (2013). *Marx und die Philosophie: Wissenschaftlicher Realismus, ethischer Perfektionismus und kritische Sozialtheorie* (1. Aufl.). Stuttgart: Schmetterling.

Lipietz, A. (1985). Akkumulation, Krisen und Auswege aus der Krise: Einige Überlegungen zum Begriff „Regulation“. *PROKLA. Zeitschrift für kritische Sozialwissenschaft, 58*, 109–137.

Mandel, E. (1973). *Marxistische Wirtschaftstheorie* (Bd. 1). Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Manzerolle, V. R. (2010). The virtual debt factory: Towards an analysis of debt and abstraction in the American credit crisis. *TripleC: Communication, Capitalism & Critique. Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society, 8*(2), 221–236.

Mattelart, A. (1994). *Mapping world communication: War, progress and culture*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Mattelart, A., & Siegelaub, S. (Hrsg.). (1979). *Communication and class struggle 1: Capitalism, imperialism*. New York: International General.

Mattelart, A., & Siegelaub, S. (Hrsg.). (1980). *Communication and class Struggle 2: Liberation, socialism*. New York: International General.

Maxwell, R. (2003). *Herbert Schiller*. Lanham: Rowman & Littlefield.
Maxwell, R. (Hrsg.). (2015). *The Routledge Companion to labor and media*. London: Routledge.
McChesney, R. W. (2008). *The political economy of media: Enduring issues, emerging dilemmas*. New York: Monthly Review.
McChesney, R. W. (2013). The political economy of communication: An idiosyncratic presentation of an emerging subfield. In J. Nerone (Hrsg.), *The international encyclopedia of media studies: Volume one: Media history and the foundations of media studies*. Malden: Blackwell.
McChesney, R. W., & Nichols, J. (2011). *The death and life of American journalism: The media revolution that will begin the world again* (First Trade Paper Edition edition). New York: Nation Books.
Meehan, E. R., & Riordan, E. (Hrsg.). (2001). *Sex & money: Feminism and political economy in the media*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
Meier, W. A. (2003). Politische Ökonomie. In K.-D. Altmeppen & M. Karmasin (Hrsg.), *Medien und Ökonomie: Grundlagen der Medienökonomie: Kommunikations- und Medienwissenschaft* (S. 215–243). Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
Mosco, V. (2008). Current trends in the political economy of communication. *Global Media Journal, 1*(1), 45–63.
Mosco, V. (2009). *The political economy of communication*. London: Sage.
Mosco, V. (2011). The political economy of labor. In J. Wasko, G. Murdock & H. Sousa (Hrsg.), *The handbook of political economy of communications* (S. 358–380). Malden: Wiley. http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/9781444395402.ch16/summary.
Mosco, V., & McKercher, C. (2008). *The laboring of communication: Will knowledge workers of the world unite?* Lanham: Lexington Books.
Murdock, G. (2011). Political economies as moral economies: Commodities, gifts, and public goods. In J. Wasko, G. Murdock & H. Sousa (Hrsg.), *The handbook of political economy of communications* (S. 13–40). Malden: Blackwell.
Musner, L. (2010). Die Kulturwissenschaft in der Krise. In S. Frank & J. Schwenk (Hrsg.), *Turn Over: Cultural Turns in der Soziologie*, (1. Aufl., S. 103–116). Frankfurt am Main: Campus.
Nordenstreng, K. (2013). How the new world order and imperialism challenge media studies. *TripleC: Communication, Capitalism & Critique. Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society, 11*(2), 348–358.
Nordenstreng, K., & Schiller, H. I. (1979). *National sovereignty and international communication*. Norwood: Ablex.
Nordenstreng, K., & Schiller, H. I. (Hrsg.). (1993). *Beyond national sovereignty: International communications in the 1990s* (Rev. ed.). Norwood: Praeger.
Pasquinelli, M. (2009a). *Animal spirits: A bestiary of the commons*. Rotterdam: NAi Publishers.
Pasquinelli, M. (2009b). Google's PageRank: Diagramm des kognitiven Kapitalismus und Rentier des gemeinsamen Wissens. In K. Becker & F. Stalder (Hrsg.), *Deep Search: Politik des Suchens jenseits von Google* (S. 171–181). Wien: Studienverlag. http://www.bpb.de/gesellschaft/medien/politik-des-suchens/75906/googles-pagerank?p=all.
Polany, K. (2001). *The great transformation: The political and economic origins of our time*. Boston: Beacon.
Prokop, D. (1972). *Massenkommunikationsforschung 1: Produktion*. Frankfurt am Main: Fischer.
Prokop, D. (1973). *Massenkommunikationsforschung 2: Konsumtion*. Frankfurt am Main: Fischer.
Prokop, D. (1977). *Massenkommunikationsforschung 2: Produktanalysen*. Frankfurt am Main: Fischer.
Prokop, D. (2002). *Der Medien-Kapitalismus: Das Lexikon der neuen kritischen Medienforschung* (Aktualis. Neuaufl.). Hamburg: VSA.
Prokop, D. (2003). *Mit Adorno gegen Adorno: Negative Dialektik der Kulturindustrie*. Hamburg: VSA.
Prokop, D. (2004). *Gegen Medien-Lügen: Das neue Lexikon der Kulturindustrie* (1. Aufl.). Hamburg: VSA.

Prokop, D. (2005a). *Das Nichtidentische der Kulturindustrie: Neue kritische Kommunikationsforschung über das Kreative der Medien-Waren* (1. Aufl.). Köln: Herbert von Halem Verlag.

Prokop, D. (2005b). *Der kulturindustrielle Machtkomplex: Neue kritische Kommunikationsforschung über Medien, Werbung und Politik*. Köln: Herbert von Halem Verlag.

Ritsert, J. (1998). *Soziale Klassen* (2. Aufl.). Münster: Westfälisches Dampfboot.

Ritsert, J. (2002). *Ideologie: Theoreme und Probleme der Wissenssoziologie* (2. Aufl.). Münster: Westfälisches Dampfboot.

Ritzer, G., & Jurgenson, N. (2010). Production, consumption, prosumption: The nature of capitalism in the age of the digital ‚prosumer'. *Journal of Consumer Culture, 10*(1), 13–36.

Sablowski, T. (2003). Krisentendenzen der Kapitalakkumulation. *Das Argument, 251*, 438–452.

Sandoval, M., & Fuchs, C. (2010). Towards a critical theory of alternative media. *Telematics and Informatics, 27*, 141–150.

Sarikakis, K., & Shade, L. R. (Hrsg.). (2007). *Feminist interventions in international communication: Minding the gap*. Lanham: Rowman & Littlefield.

Scheu, A. M. (2012). *Adornos Erben in der Kommunikationswissenschaft: Eine Verdrängungsgeschichte?*, (1. Aufl.). Köln: Herbert von Halem Verlag.

Schmiede, R. (1996). Informatisierung, Formalisierung und kapitalistische Produktionsweise: Entstehung der Informationstechnik und Wandel der gesellschaftlichen Arbeit. In R. Schmiede (Hrsg.), *Virtuelle Arbeitswelten. Arbeit, Produktion und Subjekt in der „Informationsgesellschaft"* (S. 15–47). Berlin: Edition sigma.

Schmiede, R. (2006). Wissen, Arbeit und Subjekt im imformationellen Kapitalismus. In W. Dunkel & D. Sauer (Hrsg.), *Von der Allgegenwart der verschwindenden Arbeit – Neue Herausforderungen für die Arbeitsforschung* (S. 45–65). Berlin: Edition sigma.

Sevignani, S. (2016). *Privacy and capitalism in the age of social media*. New York: Routledge.

Sevignani, S., Prey, R., Sandoval, M., Allmer, T., Prodnik, J. A., & Kreilinger, V. (2014). Critical studies of contemporary informational capitalism: The perspective of emerging scholars. In C. Fuchs & M. Sandoval (Hrsg.), *Critique, social media and the information society* (S. 76–90). New York: Routledge.

Siefkes, C. (2008). *Beitragen statt tauschen: Materielle Produktion nach dem Modell Freier Software*. (Übers. Bärmann, B., Meretz, S., & Siefkes, M.) ,(1. Aufl.). Verein zur Förderung der sozialpolitischen Arbeit.

Smythe, D. W. (2006). On the audience commodity and its work. In D. G. Meenakshi & D. Kellner (Hrsg.), *Media and cultural studies: Keyworks* (S. 230–256). Malden: Blackwell.

Söderberg, J. (2002). Copyleft vs. Copyright: A Marxist critique. *First Monday*, *7*(3–4). http://www.firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/viewArticle/938/860.

Sohn-Rethel, A. (1971). *Warenform und Denkform: Aufsätze*. Frankfurt am Main: Europäische Verlagsanstalt.

Steinert, H. (2008). *Kulturindustrie* (3., überarb. Aufl.). Münster: Westfälisches Dampfboot.

Thiele, M., & Klaus, E. (2007). Spannungsfelder zwischen Kritischer Politischer Ökonomie und Kritischen Cultural Studies. In C. Steininger (Hrsg.), *Politische Ökonomie der Medien: Theorie und Anwendung* (S. 137–160). Wien: Lit.

Vercellone, C. (2007). From formal subsumption to General Intellect: elements for a Marxist reading of the thesis of cognitive capitalism. *Historical Materialism, 15*, 13–36.

Wasko, J. (2005). Studying the political economy of media and information. *Comunicação e Sociedade, 7*, 22–48.

Wasko, J., Mosco, V., & Pendakur, M. (Hrsg.). (1993). *Illuminating the blindspots: Essays honoring Dallas W Smythe*. Norwood: Praeger.

Wasko, J., Murdock, G., & Sousa, H. (2011). *The handbook of political economy of communication*. Malden: Blackwell.

Wayne, M. (2015). *Marxism and media studies: Key concepts and contemporary trends*. London: Pluto Press.

Wharton, C. (2014). *Advertising: Critical approaches*. New York: Routledge.

Wimmer, J., & Hartmann, M. (Hrsg.). (2015). *Medien-Arbeit im Wandel: Theorie und Empirie zur Arbeit mit und in Medien* (1. Aufl., 2016). Heidelberg: Springer.

Winseck, D. (2011). The political economies of media and the transformation of the global media industries. In D. Winseck & D. Y. Jin (Hrsg.), *The political economies of media: The transformation of the global media industries* (S. 3–48). London: Bloomsbury.

Winseck, D., & Jin, D. Y. (Hrsg.). (2011). *The political economies of media: The transformation of the global media industries*. London: Bloomsbury.

Wittel, A. (2012). Digital Marx: Toward a political economy of distributed media. *TripleC: Communication, Capitalism & Critique. Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society, 10*(2), 313–333.